



ЗАПИСНИК
од 23-та седница на Советот на Агенцијата за аудио
и аудиовизуелни медиумски услуги
одржана на 23.05.2024 година

Присутни членови на Советот на Агенцијата преку видео конференциска врска: Лазо Петрушевски претседател на Советот на АААМУ, Селвер Ајдини заменик на претседател на Советот на АААМУ, м-р Алма Машовиќ, Лазар Трајчев, Зоран Фиданоски.

Отсутни членови на Советот на Агенцијата: д-р Методија Јанчески.

На седницата преку видео конференциска врска беше присутен д-р Зоран Трајчевски, директор на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги.

Присутни од Стручната служба преку видео конференциска врска: м-р Драгица Љубевска, Цветанка Митревска, м-р Емилија Јаневска, Маја Дамевска, м-р Ружица Бошнакоска Јотевска, д-р Ивана Стојановска.

Други присутни преку видео конференциска врска: /

Г-дин Петрушевски ја отвори 23-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги. Седницата започна во 10:30 часот и се одржа преку видео конференциска врска.

Г-дин Петрушевски најави дека поради технички проблем со видео конекцијата, гласањето на г-дин Ајдини ќе биде изнесено преку аудио врска.

Советот на Агенцијата едногласно, со 5 гласа „за“, го усвои следниот:

ДНЕВЕН РЕД

1. Усвојување на Предлог-записник од 22-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 20.05.2024 година.
2. Извештај за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите за вториот круг од изборната кампања за Претседателските избори 2024.
3. Извештај за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите за Парламентарните избори 2024.
4. Предлог за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка за следниот предмет на јавна набавка – услуга: Одржување на веб сајтовите на Агенцијата.
5. Разно.

Точка 1

Советот на Агенцијата го разгледа и едногласно го усвои предложениот Записник од 22-та седница на Советот на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги, одржана на 20.05.2024 година, со текст како што беше предложен.

Точка 2

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска го образложи Извештајот за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите за вториот круг од изборната кампања за Претседателските избори 2024. Објасни дека овој Извештај го опфаќа периодот од 25 април до 6 мај 2024 година, и е подготвен согласно обврските што ги има Агенцијата од член 76-д став 8 од Изборниот законик, во кој е утврдено дека АВМУ е должна на 20-тиот ден од настапувањето на предизборниот молк (26 мај), до Државната изборна комисија (ДИК) да достави Извештај за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите. Податоците во Извештајот се добиени преку мониторинг на емитуваното платено политичко рекламирање кај радиодифузерите, направен во согласност со обврската на АВМУ од член 76-в став 10 од Изборниот законик, на сите радиодифузери кои што беа регистрирани за емитување на ППР, а дополнително податоците се проверени низ постапката на потврдување на извештаите за реализирани услуги на радиодифузерите. Агенцијата ги потврди и ги достави сите потврдени Извештаи до радиодифузерите во законски утврдениот рок односно до 15 мај оваа година. Според член 75-ѓ став 6 од Изборниот законик, право на емитување платено политичко рекламирање за време на изборна кампања имаат само радиодифузерите што ќе бидат регистрирани во Регистарот на радиодифузери, печатени медиуми и електронски медиуми (интернет портали) што го води ДИК. Во Регистарот на ДИК за изборите за претседател на Република Северна Македонија, беа регистрирани вкупно 39 телевизии и 38 радија. Од овие 77 радиодифузери во вториот круг на изборната кампања договори со учесниците во изборната кампања склучија вкупно 57 (32 телевизии и 25 радија) со двајцата учесници во изборната кампања. Кандидатот за претседател Стево Пендаровски склучи договори со 29 телевизии и 19 радија, а кандидатката за претседател Гордана Сиљановска-Давкова склучи договори со 21 телевизија и 20 радија. На сите 57 радиодифузери, во вториот круг од изборната кампања за Претседателските избори беа емитувани вкупно 282 часа 58 минути и 54 секунди платено политичко рекламирање на кандидатите за претседател. Од 10-те национални телевизии што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа Канал 5, ТВ Сител и ТВ Алфа. Од 14-те регионални телевизии што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа ТВ ЕДО, ТВ Тера и ТВ Канал Вис. Од 8-те локални телевизии што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа ТВ Плус Куманово, ТВ Канал 8 од Кочани и ТВ Протел од Пробиштип. Сите 4 национални радија склучија договори за емитување ППР, а најмногу рекламно време продадоа РА Антена 5 и РА Канал 77. Од 9-те регионални радија што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа РА Скај и РА Буба Мара. Од 12-те локални радија што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа РА Експрес од Струмица и РА Валандово. За кандидатот за претседател Стево Пендаровски беа емитувани вкупно 160 часа 58 минути и 32 секунди ППР, од кои 463 723 секунди на ТВ и 115 789 секунди на РА, а за кандидатката за претседател

Гордана Сиљановска-Давкова беа емитувани вкупно 122 часа и 22 секунди ППР, од кои 270 845 секунди на ТВ и 168 377 секунди на РА. Објасни дека во Извештајот во табелите се дадени податоците за сите 57 радија и телевизии што склучија договори за ППР претставени во секунди.

Г-дин Петрушевски рече дека истите позитивни коментари што ги дал за претходниот Извештај важат и за овој и се изјасни дека ќе го поддржи онака како што е предложен.

Г-дин Фиданоски се изјасни дека ќе даде поддршка за Извештајот. Рече дека и за овој Извештај се повторува тенденцијата кај ППР. Претседателскиот кандидат Стево Пендаровски условно речено доминира со ППР кај телевизиите додека сега веќе избраната претседателка Гордана Сиљановска доминира со ППР кај радијата. Кампањата беше интензивна, имаше интензивно емитување на ППР со што се инјектираа сериозни суми на пари кај медиумите и за Парламентарните и за Претседателските избори бидејќи се совпаднаа. Лично не е за финансирање на ППР со јавни пари, но од друга страна верува дека овие износи ќе бидат од помош на медиумите да можат да функционираат послободно и да не бидат во грч од финансиски аспект во понатамошното егзистирање.

Советот на Агенцијата едногласно го усвои Извештајот за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите за вториот круг од изборната кампања за Претседателските избори 2024, со текст како што беше предложен.

Секторот за поддршка на работата на директорот и на Советот, горенаведениот Извештај да го објави на веб страницата на Агенцијата.

Секторот за програмски работи, горенаведениот Извештај, да го достави до Државната изборна комисија.

Точка 3

Раководителката на Секторот за програмски работи м-р Емилија Јаневска го образложи Извештајот за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите за Парламентарните избори 2024. Објасни дека овој Извештај го опфаќа периодот од 18 април до 6 мај 2024 година, и е подготвен врз основа на обврската од член 76-д став 8 од Изборниот законик, во кој е утврдено дека Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги е должна на 20-тиот ден од настапувањето на предизборниот молк (26 мај), до Државната изборна комисија (ДИК) да достави извештај за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите. И за овој Извештај рокот за доставување до ДИК е 26 мај како и за претходниот односно до недела и од овие причини извештаите се подготвени порано за да можат до ДИК да се достават навремено. И за парламентарните избори истите медиуми се регистрираа за ППР, вкупно 77 радиодифузери. Од нив 68 склучија договори со учесниците во изборната кампања. Сите 39 телевизии што беа регистрирани за ППР и 29 од 38 регистрирани радија. На сите 39 телевизии заедно беа емитувани вкупно 446 часа 16 минути и 35 секунди платено политичко рекламирање на 15 учесници во изборната кампања. Политичката партија Нова Алтернатива Скопје и политичката партија Десна не се рекламираа на телевизија. На сите 29 радија заедно беа емитувани вкупно 121 час 26 минути и 56 секунди платено политичко рекламирање на 13 учесници во изборната кампања.

Политичката партија Десна, Политичката партија Демократи Скопје, политичката партија Аваја и Европско граѓанско движење не се рекламираа на радија. На сите 68 радиодифузери за Парламентарните избори беа емитувани вкупно 567 часа 43 минути и 31 секунда платено политичко рекламирање. Сите единаесет национални телевизии склучија договори за емитување ППР, а најголем обем рекламно време продадоа ТВ Алсат-М, Канал 5 и ТВ Компани 21-М. Од 15-те регионални телевизии што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа ТВ Коха, ТВ ЕДО и ТВ Тера. Од 13-те локални телевизии што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа ТВ Канал 8 од Кочани, ТВ Плус Куманово и ТВ Феста од Куманово. Објасни дека од остварената минутажа ќе се забележи дека овие локални телевизии успеале да продадат повеќе рекламно време во споредба со некои од националните и регионалните телевизии, со што податоците се многу интересни за дополнителни анализи. Сите четири национални радија склучија договори за емитување ППР, а најмногу рекламно време продадоа РА Антена 5 и РА Канал 77. Од 10-те регионални радија што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа РА Скај и РА Буба Мара. Од 15-те локални радија што склучија договори за емитување ППР, најголем обем рекламно време продадоа РА Експрес од Струмица и РА Пела од Кривогаштани. На телевизија најмногу време закупија двете коалиции предводени од владејачките партии СДСМ и ДУИ - Коалицијата за Европска иднина и Коалицијата Европски фронт. Од учесниците во изборна кампања што се рекламираа на ТВ, најмалку време закупи Работничка партија. На радио најмногу време закупија Коалицијата Твоја Македонија ВМРО ДПМНЕ и Коалицијата за Европска иднина. Од учесниците во изборна кампања што се рекламираа на радио, најмалку време закупи Твоја партија. Како што може да се види од табелата што ја покажува дистрибуцијата на времето за рекламирање по учесници во изборната кампања, се гледа дека очекувано најмногу време за ППР закупија учесниците во изборите што го користеа времето за рекламирање на двете најголеми политички партии од позицијата и на двете најголеми партии од опозицијата кој што на последните избори за пратеници во Собранието освоиле најмногу гласови како што пропишува член 75-ѓ став 1 од Изборниот законик, а од 11-те учесници во изборна кампања кои според член 75-ѓ став 1 од Изборниот законик имаа право на вкупно 30 секунди за платено политичко рекламирање на секој реален час, на сите радиодифузери заедно, најмногу време закупија политичката партија Нова Алтернатива Скопје, која се рекламираше само на радија, и Единствена Македонија. Најмалку време од овие 11 учесници во изборите, на сите радиодифузери заедно, закупи политичката партија АВАЈА која се рекламираше само на телевизија. Само политичката партија Десна воопшто не се рекламираше на програмите на радиодифузерите. Наведе дека податоците за сите 39 телевизии и 29 радија се детално претставени во Извештајот во секунди според образецот подготвен од ДИК.

Советот на Агенцијата едногласно го усвои Извештајот за платеното политичко рекламирање на радиодифузерите за Парламентарните избори 2024, со текст како што беше предложен.

Секторот за поддршка на работата на директорот и на Советот, горенаведениот Извештај, да го објави на веб страницата на Агенцијата.

Секторот за програмски работи, горенаведениот Извештај, да го достави до Државната изборна комисија.

Г-дин Петрушевски објасни дека терминот за седницата беше закажан претпладне за да може Извештаите навреме да се достават до Државната изборна комисија, бидејќи последниот ден од крајниот рок е недела. Со ова Агенцијата ќе го исполни законскиот услов и роковникот на ДИК.

Точка 4

Раководителката на Секторот за правни работи и јавни набавки Цветанка Митревска го образложи Предлогот за давање одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка – услуга: Одржување на веб сајтовите на Агенцијата. Објасни дека станува збор за редовна набавка која се спроведува секоја година и истата е предвидена и е во согласност со Годишниот план за јавни набавки за 2024 година на Агенцијата, а средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за 2024-та година. Предмет на набавката е одржување на веб страниците, односно општата страница и веб страниците Медиумска писменост, Родот и медиумите и Изборен кодекс онлајн. Според проценетата вредност ќе се спроведе како набавка од мала вредност и ќе се објави на огласот на електронскиот систем за јавни набавки. Наведе дека сите останати податоци за набавката ги има во материјалите за седницата.

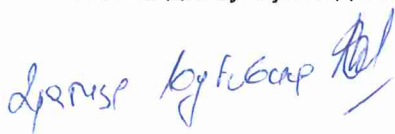
Советот на Агенцијата едногласно даде одобрување за спроведување на постапка за јавна набавка-услуга: Одржување на веб сајтовите на Агенцијата.

Спроведувањето на постапката за јавна набавка за предметот-услуга: Одржување на веб сајтовите на Агенцијата, е предвидено и е во согласност со Годишниот план за јавни набавки за 2024 година на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги бр.05-4729/1 од 22.12.2023 година, а средствата се обезбедени со Финансискиот план на Агенцијата за аудио и аудиовизуелни медиумски услуги за 2024-та година.

Точка 5

Разно

Немаше дискусија под Разно.



Агенција за аудио и
аудиовизуелни медиумски услуги
Претседател на Советот



Лазо ПЕТРУШЕВСКИ